

**MARTABAK TALURJUNET  
(PERENCANAAN PENDIRIAN USAHA  
MARTABAK TAHU TELUR KEJU KORNET)**

**Endah Noor Hafilah**

**Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran A 2016**

**Universitas Negeri Jakarta**

Email : [endahnoorhafilah@gmail.com](mailto:endahnoorhafilah@gmail.com)

**Abstrak**

Martabak Talurjunet adalah perencanaan usaha tentang martabak tahu dan telur yang diberi sentuhan citarasa keju dan kornet. Martabak tahu adalah salah satu makanan tradisional yang terbuat dari kulit lumpia dan tahu didalamnya dan digoreng hingga *crispy*. Martabak tahu dan telur ini mempunyai rasa yang gurih karena ada tambahan keju didalamnya dan mempunyai citarasa pedas bila ditambahkan cabai rawit didalamnya. Martabak Talurjunet ini merupakan bisnis rumahan yang dijual dengan harga terjangkau dengan bahan baku yang terjamin kualitasnya. Pemasaran penjualan Martabak Talurjunet dilakukan melalui akun media sosial seperti: instagram, *official line*, dan menyebarkan beberapa brosur. Berdasarkan hasil analisis aspek keuangan, bisnis ini layak untuk dijalankan. Kata kunci: Martabak Talurjunet, Martabak tahu telur, Gorengan martabak.

*Abstract*

*Martabak Talurjunet is a business planning on martabak tofu and eggs that give a touch of cheese and corned flavor. Martabak tofu is one of the traditional foods made from leather lumpia and tofu inside and fried to crispy. Martabak tofu and this egg has a savory taste because there is additional cheese in it and has a spicy flavor when added cayenne pepper in it. Martabak Talurjunet is a home-based business that is sold at affordable prices with quality assured raw materials. Sales marketing Martabak Talurjunet done through social media accounts such as: instagram, official line, and spread some brochures. Based on the results of financial aspect analysis, this business is feasible to run.*

*Keywords: Martabak Talurjunet, Martabak tofu and eggs, Fried martabak.*

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha**

Usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan, upah, atau laba usaha. Dan keuntungan dari usaha tersebut dapat menghasilkan uang yang dapat meningkatkan taraf hidup seseorang.

Banyak cara yang dilakukan oleh seseorang dalam memulai atau menjalankan kegiatan usaha seperti membuat sendiri produk yang akan dijual. Kegiatan ini lebih banyak kelebihanannya dibandingkan dengan sistem atau kegiatan usaha lainnya. Selain karena produk yang dijual lebih bervariasi, cara ini juga lebih mudah dalam menargetkan laba dengan total produk yang akan dijual ke konsumen.

Dari penjelasan latar belakang di atas maka saya tertarik untuk melakukan kegiatan usaha dengan menggunakan cara membuat sendiri produk yang akan dijual. Dalam hal ini, produk yang akan saya tawarkan adalah jajanan pasar, yaitu berupa “Martabak Talurjunet”.

Tahu seperti kita ketahui adalah produk olahan dari kedelai, dan banyak memiliki manfaat baik bagi kesehatan, seperti menurunkan risiko kanker, anemia, osteoporosis, dan kadar kolesterol. Tahu merupakan sumber protein yang baik untuk membantu menjaga kesehatan jantung.

Salah satu olahan tahu yang cukup populer adalah martabak tahu. Martabak tahu biasanya dijadikan cemilan gorengan atau hidangan berbuka puasa bagi masyarakat Indonesia ketika di bulan Ramadhan.

Martabak adalah makanan yang sudah tidak asing lagi di mata orang. Makanan yang banyak digemari semua orang mulai dari anak-anak sampai orang tua ini sangat menjanjikan jika dijadikan sebagai usaha. Oleh karena itu mengapa saya memilih usaha martabak untuk saya melakukan usaha. Di samping modalnya tidak terlalu banyak usaha martabak ini cukup memberikan keuntungan yang lumayan jika dibandingkan dengan modal awal.

## 1.2 Visi, Misi, dan Tujuan

### a. Visi

Menarik hati konsumen pada kelembutan dan kenikmatan dari martabak tahu serta kriyuknya.

### b. Misi

- Mencari keuntungan dari modal kecil.
- Memperkenalkan martabak yang sehat, rendah lemak, dan ada kriyuknya.
- Menjual produk dengan harga yang terjangkau, tetapi dengan kualitas dan rasa yang istimewa.
- Mengutamakan kebersihan dan kesehatan sehingga aman dan sehat untuk di konsumsi.
- Mengutamakan pelayanan agar konsumen merasa puas.

### c. Tujuan

- Mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi.
- Memberdayakan semangat dan kemampuan kewirausahaan di kalangan masyarakat dan mahasiswa yang mampu diandalkan dalam berwirausaha.
- Memasarkan produk hasil olahan kepada berbagai kalangan khususnya mahasiswa dan memenuhi kebutuhan konsumen.
- Memperkenalkan hasil olahan sendiri agar mengetahui bahwa martabak tahu ini mempunyai nilai cita rasa yang tinggi

## 2. GAMBARAN USAHA

Martabak Talurjunet merupakan usaha *home industry* yang berlokasi di daerah Bekasi. Penjualan produk martabak talurjunet menggunakan pemasaran dan promosi yang menggunakan media *online* dan *offline* serta brosur guna untuk menarik pelanggan agar mencoba produk ini.

Keunikan dan keunggulan usaha ini yaitu menggunakan tahu dan telur dengan kualitas super serta tambahan keju dan kornet yang dapat menambah citarasa gurih sehingga menghasilkan rasa yang lezat.

Martabak telurjune dapat ditambah dengan irisan potongan cabai yang menambah citarasa pedas yang sangat menggairahkan saat kita memakannya. Harga yang ditawarkan sangat terjangkau dan kualitas dari martabak tahu ini sangat terjamin, karena dalam proses pembuatannya diutamakan kebersihan dan untuk kesehatan.

### **3. ASPEK PEMASARAN**

#### **3.1 Segment Pasar, Target Pasar, *Positioning***

##### **a. Segmentasi Pasar**

Segmentasi pasar artinya membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau marketing mix yang berbeda pula. (Purwana & Hidayat & . Hidayat, 2016).

- Segmentasi berdasarkan demografis, yaitu laki-laki dan perempuan, semua umur (kecuali balita).
- Segmentasi berdasarkan geografis, yaitu masyarakat di jalan raya Bekasi, Kota Bekasi.

##### **b. Sasaran Pasar**

Pasar sasaran, yaitu menentukan beberapa segmen yang layak karena dianggap paling potensial. Secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi kearifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. (Purwana & Hidayat, 2016).

Usaha Martabak Talurjunet ini menargetkan laki-laki dan perempuan dari anak-anak hingga orang dewasa (kecuali balita).

##### **c. *Positioning***

Posisi produk adalah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh konsumen atas dasar atribut-atributnya. Tujuan

penetapan posisi pasar adalah untuk membangun dan mengomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam benak konsumen. (Purwana & Hidayat, 2016).

Martabak Talurjunet berinovasi dengan memiliki cita rasa yang gurih yang berasal dari keju dan kornet serta rasa yang pedas dari irisan cabai, sehingga memiliki pilihan yang berbeda dengan pesaing lain.

### 3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

#### a. Permintaan

Jumlah pengunjung diasumsikan 800 orang per minggu. Di dapatkan dari hasil pembagian kuesioner kepada 30 orang responden di jalan raya Bekasi, Harapan Indah, Bekasi. Serta didapatkan 28 orang menyukai keripik pisang coklat.

#### b. Penawaran

Untuk memperkirakan jumlah penawaran Martabak Talurjunet, maka penulis melakukan *survey* penawaran ke pesaing daerah jalan raya Bekasi, Harapan Indah, Bekasi.

**Tabel 1 Jumlah Penawaran Produk Pesaing**

Pesaing	Penawaran Per bulan (dalam buah)
Snack	1200
Kerupuk	1500
Biskuit	900
<b>Total</b>	<b>3600</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>1200</b>

S  
Sumber: Penulis, 2018

### **3.3 Strategi Pemasaran Perusahaan**

#### **3.3.1 Produk**

Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah: “Sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen”. Pembuatan martabak tahu ini merupakan terobosan baru dalam berusaha. Walaupun martabak tahu sudah banyak dipasaran, tetapi dengan memberi variasi rasa yang baru memungkinkan untuk menarik minat masyarakat.

Pengemasan serapi mungkin menjadi salahsatu kekuatan untuk membuat masyarakat tertarik pada produk ini. Di kemasan juga terdapat logo dan no kontak agar memudahkan konsumen dalam pemesanan Martabak Talurjunet.



#### **3.3.2 Harga**

Harga adalah sejumlah uang yang disertakan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. (Purwana & Hidayat, 2016). Harga produk kami relatif terjangkau, kami jual dengan harga yang relatif murah. Produk martabak tahu ini kami jual dengan harga RP 25.000 per bungkus.

#### **3.3.3 Promosi**

Promosi adalah proses pengenalan atas produk kepada konsumen khususnya produk baru. (Purwana & Hidayat, 2016).

Berikut ini adalah bentuk promosi yang dilakukan oleh usaha Martabak Talurjunet, yaitu :

**a. Periklanan**

Bentuk promosi yang dilakukan oleh Martabak Talurjunet, yaitu dengan cara membagikan brosur ke masyarakat, dan juga menggunakan media sosial seperti: *Official line* dan *instagram* sebagai media promosi.

**b. Hubungan Masyarakat**

Bentuk promosi yang digunakan Martabak Talurjunet adalah dengan lebih mengutamakan pelayanan agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang diberikan tersebut berupa menggunakan bahasa yang sopan dan ramah terhadap konsumen di media *offline* maupun *online* (*Official line*, dan *instagram*). Dengan memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen diharapkan dapat membina hubungan yang baik sehingga konsumen merasa nyaman dalam berbelanja.

**c. Penjualan Personal**

Penjualan personal yang digunakan sebagai media promosi oleh Martabak Talurjunet, yaitu melalui promosi secara langsung dengan memberikan *sample* kepada keluarga, teman, dan masyarakat di sekitar rumah.

**d. Promosi Penjualan**

Bentuk promosi penjualan yang digunakan oleh usaha Martabak Talurjunet, yaitu dengan memberikan promo berupa *buy 5 get 1 free* guna untuk menarik konsumen pada minggu pertama saat pembukaan awal usaha.

### 3.4 Analisis SWOT

#### a. *Strength* (Kekuatan)

1. Memiliki banyak varian rasa dari yang gurih hingga pedas,
2. Harga martabak telurjune sangat terjangkau sehingga dapat dibeli oleh semua kalangan,
3. Bahan baku berkualitas, tidak menggunakan bahan pengawet, dan mudah didapatkan,
4. Tempat usaha yang strategis,
5. Produk makanan ringan, tetapi sehat dan bergizi.

#### b. *Weakness* (Kelemahan)

1. Pengolahan dengan cara yang masih terbilang tradisional,
2. Harga bahan baku yang tidak stabil,
3. Bahan baku tidak dapat bertahan lama,
4. Tidak menawarkan produk minuman dan makanan ringan yang lain.

#### c. *Opportunities* (Peluang)

1. Kondisi masyarakat yang semakin konsumtif terhadap makanan ringan sehingga mempercepat penjualan,
2. Permintaan masyarakat akan makanan ringan atau cemilan yang sehat dan bergizi,
3. Semua kalangan masyarakat dapat menikmati produk ini

#### d. *Threats* (Ancaman)

1. Produk yang dapat ditiru dengan mudah,
2. Munculnya pesaing yang terus meningkat,
3. Kenaikan harga bahan baku secara tiba-tiba,
4. Harus terus menyesuaikan inovasi baru agar tetap bertahan.
5. Produk yang kami tawarkan, jika di konsumsi tidak hangat, maka sedikit kurang enak.



## **4. ASPEK ORGANISASI DAN MENAGEMENT**

### **4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia**

Berikut ini merupakan struktur organisasi yang direncanakan oleh Martabak Talurjunet, sebagai berikut:

- |                           |  |
|---------------------------|--|
| 1. Nama usaha             | : Martabak Talurjunet                              |
| 2. Jenis usaha            | : Makanan ringan/ <i>Home industry</i>             |
| 3. Alamat usaha           | : Jalan. Raya Bekasi, Harapan Indah<br>Kota Bekasi |
| 4. Nama pemilik           | : Endah Noor Hafilah                               |
| 5. Status pemilik diusaha | : Pemilik usah                                     |

### **4.2 Perijinan**

Usaha ini termasuk usaha rumah tangga (*home industry*), maka izin usaha yang dilakukan adalah melalui rukun tangga (RT) setempat dan apabila berkembang dan maju maka usaha ini akan membuka sebuah gerai yang memerlukan izin usaha. Dalam membuat izin usaha untuk membuka suatu usaha perizinan yang dibutuhkan hanya surat izin tempat usaha (SITU) dan surat izin usaha perdagangan (SIUP).

## **5. ASPEK PRODUKSI**

### **5.1 Pemilihan Lokasi Usaha**

Pemilihan lokasi usaha yang dipilih oleh Martabak Talurjunet, yaitu berada di Jalan Raya Bekasi, Harapan Indah Kota Bekasi. Pemilihan lokasi ini karena jalan tersebut merupakan lokasi yang strategis, serta sering dilewati para pengendara sepeda motor maupun mobil, dan mudah dikunjungi oleh para konsumen, dan lokasi berdekatan dengan akses jalan menuju Mall AEON JGC.

## 5.2 Proses Produksi

Proses produksi martabak tahu yang digunakan oleh Martabak Talurjunet, yaitu:

1. Siapkan alat-alat dan bahan-bahan untuk membuat martabak tahu, yaitu tahu, telur, keju, kornet, irisan cabai, kulit lumpia, daun bawang dan minyak goreng.
2. Campur tahu, telur, keju, kornet, irisan cabai, daun bawang, dan garam serta kaldu ayam bubuk. Aduklah hingga rata.
3. Siapkan kulit lumpia yang sudah diberi sedikit tepung supaya tidak lengket.
4. Tuang sedikit adonan tahu dan telur diatas kulit lumpia, lalu lipat kulit lumpia menjadi kotak.
5. Panaskan minyak goreng.
6. Masukkan kulit lumpia yang sudah terisi adonan tahu dan telur ke dalam minyak yang sudah panaskan.
7. Bolak balik martabak selama menggoreng hingga warnanya berubah menjadi kuning kecoklatan, lalu tiriskan beberapa menit.
8. Martabak talurjunet pun sudah matang dan siap untuk disajikan.
9. Tambahkan sedikit irisan potongan cabai diatasnya bila ingin menambah rasa pedas.
10. Tambahkan juga parutan keju meleleh diatasnya bila ingin menambah rasa gurih.

## 5.3 Tenaga Produksi

Tenaga produksi merupakan peranan penting dalam membantu proses pembuatan martabak tahu. Usaha Martabak Talurjunet memiliki tenaga produksi dimana mereka merupakan pemilik dari usaha ini.

## 5.4 Mesin dan Peralatan

**Tabel 2 Mesin dan peralatan**

No.	Mesin dan peralatan	Keterangan
1.	Pasahan	Untuk alas memotong tahu, cabai, keju, kornet, dan daun bawang

2.	Baskom kecil	Untuk menjadi wadah tahu yang telah dicuci
3.	Wajan	Untuk menggoreng martabak tahu
4.	Mangkuk	Untuk menjadi wadah telur yang sudah dipecahkan
5.	Sutil	Untuk menggoreng martabak
6.	Piring	Untuk menjadi wadah martabak yang sudah matang
7.	Pisau	Untuk memotong tahu, cabai, keju, kornet, dan daun bawang
8.	Timbangan	Untuk menimbang bahan baku martabak tahu
9.	Kompor	Untuk memasak martabak
10.	Tabung gas	Sebagai tempat isi ulang gas

Sumber: Penulis, 2018

### **5.5 Tanah, Gedung, dan Perlengkapan**

Kegiatan usaha dan proses produksi Martabak Talurjunet dilakukan di tempat yang sama agar tidak memerlukan biaya sewa yaitu di Jalan Raya Bekasi, Harapan Indah Kota Bekasi. Tempat ini strategis karena, selalu dilewati oleh kendaraan sepeda motor dan mobil untuk menuju kearah Jakarta. Sehingga memudahkan pendistribusian penjualan ke konsumen yang lebih menargetkan ke semua kalangan yang ada di wilayah setempat.

## 6. ASPEK KEUANGAN

### 6.1 Sumber Pendanaan

Modal merupakan dana yang sangat dibutuhkan untuk membiayai operasi bisnis. Dalam memulai bisnis Martabak Talurjunet ini membutuhkan modal awal sekitar Rp.6.000.000 yang mana diperoleh dari hasil pendiri Martabak Talurjunet itu sendiri.

### 6.2 Rencana Kebutuhan Modal Investasi

**Tabel 3 Kebutuhan Modal Investasi Martabak Talurjunet**

No.	Peralatan	Unit	Harga Perunit	Total Harga
1.	Kompor	2	Rp. 150.000	Rp. 300.000
2.	Wajan	2	Rp. 80.000	Rp. 160.000
3.	Wadah atau baskom	4	Rp. 15.000	Rp. 60.000
4.	Sutil	2	Rp. 10.000	Rp. 20.000
5.	Pasahan	2	Rp. 15.000	Rp. 30.000
6.	Tabung gas 5 kg	2	Rp. 80.000	Rp. 160.000
7.	Timbangan	2	Rp. 35.000	Rp. 70.000
8.	<i>Hand sealer</i> (alat kemas)	2	Rp. 20.000	Rp. 40.000
<b>Jumlah</b>				<b>Rp. 840.000</b>

Sumber: Penulis, 2018

Kebutuhan sumber daya modal investasi Martabak Talurjunet meliputi barang-barang yang sangat diperlukan sebagai salah satu media pendukung dalam pembuatan Martabak Talurjunet dengan modal investasi sebesar Rp. 840.000.

**Tabel 4 Peralatan Depresiasi Martabak Talurjunet**

Peralatan	Total	Harga Total (Rp)	Umur Ekonomis	Depresiasi (Rp)
Pasahan	2	Rp. 30.000	3	Rp. 18.000
Kompor	2	Rp. 300.000	3	Rp. 150.000

Timbangan	2	Rp. 70.000	3	Rp. 40.000
<i>Hand sealer</i>	2	Rp. 40.000	3	Rp. 15.000
<b>Total Depresiasi</b>				<b>Rp. 223.000</b>

Sumber: Penulis, 2018

Martabak Talurjunet menetapkan nilai ekonomis selama 3 tahun untuk masing-masing barang dengan total depresiasi sebesar Rp. 223.000.

### 6.3 Kebutuhan Modal Kerja

**Tabel 5 Perlengkapan Kantor Martabak Talurjunet**

No.	Uraian	Unit	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
1.	Kertas nota	1 buah	Rp. 10.000	Rp. 10.000
2.	Kartu <i>sticker</i> (1 box isi 100)	5 buah	Rp. 20.000	Rp. 100.000
3.	Stampel	1 buah	Rp. 30.000	Rp. 30.000
4.	Pena	1 <i>pack</i>	Rp. 15.000	Rp. 15.000
<b>Total</b>			<b>Rp. 75.000</b>	<b>Rp. 155.000</b>
<b>Total Tahunan</b>			<b>Rp. 900.000</b>	<b>Rp. 1.860.000</b>

Sumber: Penulis, 2018

Diketahui bahwa kebutuhan perlengkapan kantor dari Martabak Talurjunet adalah sebesar Rp. 155.000 perbulan dan dikalikan pertahun sebesar Rp. 1.860.000.

**Tabel 6 Kebutuhan Modal Kerja Martabak Talurjunet**

Kebutuhan modal kerja yang digunakan oleh usaha Martabak Talurjunet untuk menjalankan kegiatan usaha perbulannya, sebagai berikut:

No.	Perlengkapan	Unit	Harga Perunit	Total
1.	Tahu	20 kg	Rp. 8.000	Rp. 160.000
2.	Telur	20 kg	Rp. 28.000	Rp. 560.000
3.	Keju	5 bar	Rp. 70.000	Rp. 350.000

4.	Kornet	10 kaleng	Rp. 50.000	Rp. 500.000
5.	Minyak goreng	10 kg	Rp. 15.000	Rp. 150.000
6.	Cabai	15 kg	Rp. 20.000	Rp. 300.000
7.	Kulit lumpia	800 lembar	Rp. 200	Rp. 160.000
8.	Gas 5 kg	5	Rp. 30.000	Rp. 150.000
9.	Daun bawang	3 kg	Rp. 8.000	Rp. 24.000
<b>Jumlah</b>				<b>Rp. 2.354.000</b>
<b>Total Pertahun</b>				<b>Rp. 28.248.000</b>

Sumber: Penulis, 2018

Kebutuhan modal kerja untuk biaya menjalankan Martabak Talurjunet selama sebulan atau sebanyak 550 buah produk membutuhkan biaya sebesar Rp. 2.356.000,- dan dikalikan pertahun sebesar Rp. 28.248.000.

**Tabel 7 Biaya Operasional Martabak Talurjunet**

<b>Uraian</b>	<b>Jumlah perbulan (Rp)</b>
Sewa tempat	Rp. 300.000
Biaya listrik	Rp. 50.000
Biaya brosur	Rp. 30.000
Biaya air	Rp. 30.000
Kouta internet	Rp. 80.000
Biaya transportasi	Rp. 50.000
<b>Total</b>	<b>Rp. 540.000</b>
<b>Total pertahun</b>	<b>Rp.6.480.000</b>

Sumber: Penulis, 2018

Biaya operasional Martabak Talurjunet dalam sebulan adalah sebesar Rp 540.000 dan dikalikan pertahun sebesar Rp. 6.480.000.

**Tabel 8 Biaya Gaji Martabak Talurjunet**

<b>Biaya Gaji</b>	<b>Jumlah perbulan (Rp)</b>
Gaji Pemilik	Rp. 3.500.000

Sumber: Penulis, 2018

Martabak Talurjunet tidak merekrut tenaga kerja karyawan karena semua proses produksi dilakukan oleh pemilik dengan beban gaji pemilik sebesar Rp.3.500.000.

#### 6.4 Analisis Kelayakan Usaha

**Tabel 9 Estimasi Aliran Kas Martabak Talurjunet per-tahun**

<b>Keterangan</b>	<b>Tahun 2018</b>	<b>Tahun 2019</b>	<b>Tahun 2020</b>
<b>Pendapatan Penjualan</b>	<b>Rp. 50.600.000</b>	<b>Rp. 55.820.000</b>	<b>Rp. 60.450.000</b>
Modal Investasi	Rp. 840.000	Rp. 0	Rp. 0
<b>Biaya Tetap</b>	Rp.	Rp.	Rp.
Biaya Gaji Pemilik	Rp. 4.200.000	Rp. 4.800.000	Rp. 5.400.000
Depresiasi	Rp. 223.000	Rp. 223.000	Rp. 223.000
<b>Total Biaya Tetap</b>	<b>Rp. 4.423.000</b>	<b>Rp. 5.023.000</b>	<b>Rp. 5.623.000</b>
<b>Biaya Variabel</b>	Rp.	Rp.	Rp.
Biaya Bahan Baku	Rp. 28.248.000	Rp. 30.248.000	Rp. 32.248.000
Biaya Sewa	Rp. 3.600.000	Rp. 4.200.000	Rp. 4.800.000
Biaya Listrik	Rp. 600.000	Rp. 800.000	Rp. 1.000.000
Biaya Air	Rp. 360.000	Rp. 420.000	Rp. 480.000
Biaya Brosur	Rp. 360.000	Rp. 390.000	Rp. 420.000
Biaya Internet	Rp. 960.000	Rp. 1.060.000	Rp. 1.160.000
Biaya Transportasi	Rp. 600.000	Rp. 700.000	Rp. 800.000
Biaya Perlengkapan Kantor	Rp. 1.860.000	Rp. 1.860.000	Rp. 1.860.000
<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>Rp. 36.588.000</b>	<b>Rp. 39.678.000</b>	<b>Rp. 42.786.000</b>
<b>Total Biaya</b>	<b>Rp. 41.011.000</b>	<b>Rp. 44.701.000</b>	<b>Rp. 48.409.000</b>
Arus Kas Sebelum Pajak	Rp. 5.357.000	Rp. 5.427.000	Rp. 6.517.000

Pajak 1%	Rp. 53.570	Rp. 54.270	Rp. 65.170
Arus Kas Bersih Setelah Pajak (EAT)	<b>Rp. 5.303.430</b>	<b>Rp. 5.372.730</b>	<b>Rp. 6.451.830</b>
Depresiasi	Rp. 223.000	Rp. 223.000	Rp. 223.000
Kas Bersih	Rp. 5.526.430	Rp. 5.595.730	Rp. 6.674.830
Investasi	Rp. 6.000.000	Rp. 7.000.000	Rp. 8.000.000
Kas	Rp. 62.346.430	Rp. 65.265.730	Rp. 70.034.830
<i>Discount Factor</i> 10%	Rp. 0.909	Rp. 0.826	Rp. 0.751
PV Kas Bersih	Rp. 5.024.027	Rp. 4.624.570	Rp. 5.014.898

Sumber: Penulis, 2018

#### a. *Payback Period*

*Payback period* adalah jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan secara kumulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk *present value*. Semakin kecil period waku pengembaliannya, semakin cepat proses pengambilan suatu investasi. (Purwana & Hidayat, 2016).

*Payback Period* atau juga disebut periode yang diperlukan agar dapat menutup kembali seluruh pengeluaran investasi menggunakan kas bersih.

$$PP = \frac{\text{Jumlah Investasi}}{\text{Arus Kas Bersih Pertahun}}$$

Jumlah Investasi = Rp. 6.000.000

$$\text{Arus Kas Tahun ke-1} = \frac{\text{Rp.5.526.430}}{\text{Rp.473.570}} -$$

Karena terdapat sisa, akan dikurangi dengan arus kas bersih tahun ke-2, maka sisa dari perhitungan tahun pertama dibagi dengan arus kas bersih tahun ke-2 adalah sebagai berikut:

$$PP = \frac{\text{Rp.473.570}}{\text{Rp.5.595.730}} \times 12 \text{ bulan} = 1,01 \text{ atau satu bulan}$$

Pada perhitungan diatas didapatkan bahwa *payback period* pada Martabak Talurjunet adalah selama 1 tahun 1 bulan.



**b. Net Present Value**

*Net present value* (NVP) adalah analisis manfaat finansial yang digunakan untuk mengukur kelayakan suatu usaha. (Purwana & Hidayat, 2016).

*Net Present Value* adalah perbandingan antara PV Kas Bersih dengan PV Investasi selama umur investasi. Apabila menghasilkan hasil positif maka investasi diterima, jika bernilai negatif maka investasi ditolak.

$$\begin{aligned} NPV &= \frac{Kas\ bersih\ 1}{(1-r)} + \frac{Kas\ bersih\ 2}{(1-r)} + \frac{Kas\ bersih\ 3}{(1-r)} - I_n \\ &= Rp\ 5.313.875 + Rp\ 6.052.341 + 7.502.508 - (Rp\ 6000.000) \\ &= Rp\ 12.868.724 \end{aligned}$$

Hasil NPV dari penjualan Martabak Talurjunet adalah sebesar Rp.12.868.724 dan bernilai positif, maka investasi Martabak Talurjunet layak atau dapat diterima.

**c. Laporan Laba Rugi**

Laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang menggambarkan hasil usaha dalam suatu periode tertentu. Dalam laporan ini tergambar jumlah pendapatan dan sumber-sumber pendapatan serta jumlah biaya dan jenis-jenis biaya yang dikeluarkan. (Purwana & Hidayat, 2016).

**Tabel 10 Laporan Laba Rugi Martabak Talurjunet**

	<b>Tahun 2018</b>	<b>Tahun 2019</b>	<b>Tahun 2020</b>
<b>Pendapatan</b>	<b>Rp. 50.600.000</b>	<b>Rp. 55.820.000</b>	<b>Rp. 60.450.000</b>
Biaya Bahan Baku	Rp. 28.248.000	Rp. 30.248.000	Rp. 32.248.000
Biaya Gaji	Rp. 4.200.000	Rp. 4.800.000	Rp. 5.400.000
Biaya Perlengkapan	Rp. 1.860.000	Rp. 1.860.000	Rp. 1.860.000
Biaya Lain-lain	Rp. 6.480.000	Rp. 7.570.000	Rp. 8.220.000
Biaya Depresiasi	Rp. 223.000	Rp. 223.000	Rp. 223.000
<b>Total Biaya Operasi</b>	<b>Rp. 41.011.000</b>	<b>Rp. 44.701.000</b>	<b>Rp. 47.951.000</b>

Laba Operasi	Rp. 6.197.000	Rp. 5.427.000	Rp. 6.967.000
Pajak 1%	Rp. 624.000	Rp. 653.200	Rp. 701.000
<b>Laba Setelah Pajak (EAT)</b>	<b>Rp. 6.821.000</b>	<b>Rp. 6.080.200</b>	<b>Rp. 7.668.000</b>

Sumber: Penulis, 2018.

Laba usaha Chips Cau Coklat sebesar Rp 6.821.000 untuk tahun 2018, tahun 2019 sebesar Rp 6.080.200 dan untuk tahun 2020 sebesar Rp 7.668.000

## 6.5 Analisa Keuntungan

*Break Even Point* (BEP) adalah harga ditentukan berdasarkan titik impas. (Purwana, Hidayat 2016). Berikut di bawah ini merupakan rumus perhitungan BEP pada usaha Martabak Talurjunet menurut Hidayat Purwana, Buku Studi Kelayakan Bisnis, sebagai berikut:

### 6.5.1 BEP dalam Unit

#### **Tahun 2017**

BEP Varian tahu	: 4000
BEP Varian telur	: 3500
BEP Varian keju	: 4500
BEP Varian kornet	: 3000

#### **Tahun 2018**

BEP Varian tahu	: 3500
BEP Varian telur	: 4000
BEP Varian keju	: 2000
BEP Varian kornet	: 1500

#### **Tahun 2019**

BEP Varian tahu	: 4500
BEP Varian telur	: 4000
BEP Varian keju	: 3000
BEP Varian kornet	: 2500

### **6.5.2 BEP dalam Rupiah**

#### **Tahun 2017**

BEP Varian tahu : Rp. 65.000.000

BEP Varian telur : Rp. 60.000.000

BEP Varian keju : Rp. 70.000.000

BEP Varian kornet : Rp. 55.000.000

#### **Tahun 2018**

BEP Varian tahu : Rp. 60.000.000

BEP Varian telur : Rp. 65.000.000

BEP Varian keju : Rp. 45.000.000

BEP Varian kornet : Rp. 40.000.000

#### **Tahun 2019**

BEP Varian tahu : Rp. 70.000.000

BEP Varian telur : Rp. 65.000.000

BEP Varian keju : Rp. 55.000.000

BEP Varian kornet : Rp. 50.000.000

## DAFTAR PUSTAKA

- Fadiati, A., Purwana, D., & Maulida, E. (2008). *Wirausaha: Jalur Cepat Menuju Sukses*. Jakarta: UNJ Press.
- Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Lincah Menulis Artikel Ilmiah Populer & Jurnal (Teori & Praktik)*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rohmitriasih (2016), *Resep Sederhana Martabak Tahu Enak dan Gurih*, Diakses pada tanggal 4 Maret 2018 dari <https://www.vemale.com/resep-makanan/99889-resep-sederhana-martabak-tahu-enak-dan-gurih.html>
- Tania, Kharismaya. (2014), *Proposal Kewirausahaan*, Diakses pada tanggal 4 Maret 2018 dari <https://taniakharismaya.wordpress.com/2014/04/26/proposal-kewirausahaan/>